

跨文化视角下的外宣文本翻译策略研究

唐国淞 王家洪 陈绎舒

(云南大学外国语学院 云南昆明 650500)

【摘要】随着国际经贸、政治合作的发展,我国的大国地位日益凸显,这一现实要求符合我国大国形象的中华文化的输出,而对外宣传文本就是一个绝佳的途径。翻译是各民族文化沟通的桥梁,也是提高国家软实力的手段之一。做好对外宣传文本的翻译,可以传递我国的文化特色,让世界了解真实的中国。本文论述了当下外宣文本翻译存在的问题、外宣文本书写要点、外宣文本翻译的要点、英语翻译的技巧等,试图呈现出正确翻译外宣文本翻译的途径。

【关键词】跨文化; 外宣文本; 翻译策略

DOI: 10.18686/jyyxx.v3i5.44050

翻译是文化沟通的桥梁。文本翻译成功与否决定了本国能否高效地向世界传输自己的文化。以跨文化为视角,审视自我民族的对外文化的文本描述,其译文是否被世界其他民族正确的理解是外宣文本翻译成功与否的关键。合理起草并正确翻译宣传文本对于有效向外传输我国文化、树立正确又正面的国家形象、提升我国的软实力具有至关重要的意义。站在跨文化角度审视同一份对外宣传文本,可以产出有效输出本国文化的译文。

1 翻译的本质

翻译是将一种文化转化为另一种文化能理解的语言的过程,最终实现两种文化之间的单项的输出或双向的交流。处理好两种文化之间的差异并将这些差异恰当合理地表达、融合于翻译目标语言之中是翻译成功的关键。对于外宣文本的翻译而言,翻译界信奉的“信、达、雅”的翻译成功标准依然是适用的。对外宣传文本的阅读对象是外国人,他们对我国的文化并不甚了解,而且很多外文的语言具有简洁、干练、直奔主题等特点,而我国的文章语言含蓄、冗长,但偏重意境内敛悠远。翻译对外宣传文本时,首先要深刻理解我国文化、中文语言表达习惯、叙述方式,其次要去了解外国语言的表达习惯、逻辑习惯,最后才能在跨越两者文化之间,将自己的文化准确恰当地翻译成他国语言、传达出本国文化真正想要表达的内容,将本国文化有效地输出给世界各国,为国家、社会做出自己的贡献。

2 当下外宣文本翻译存在的问题

仔细查阅过往的对外宣传文本会发现,最明显的问题总的可归结为两类:

2.1 译文中存在用词不当

译员缺乏基本的用词基本功。比如,最典型的例字“龙”字的翻译,很多对外宣传文件中将“龙”字以及出现“龙”字的短语,全都将该“龙”字翻译成“dragon”。在中国传统文化中,龙代表着权威、正义、尊荣、成功等积极向上的精神,在封建时期,龙代表的是皇上;但是西方文化中的“dragon”是西方神话中一种强大的生物,

代表着强大,但是生性凶残。后来欧美各国的“dragon”一词的内涵都发生了演绎,各具不同的意思。如此看来,将中国的龙翻译成“dragon”是极为错误的,在外国人看来,我们宣传的是具有他们民族文化精神的“dragon”,而非我们理解的“龙”的精神。比如,很多对外宣传文本中“龙头产品”、“龙的精神”等词汇中的龙全被翻译成含有“dragon”,这样的文本宣传显然对于传播我国文化是不利的。译者必须提高自己的英语翻译用词基本功,当翻译中遇到文化冲突的时候,能够辨别文字背后的意义,从而做出正确的选择。

2.2 修饰语冗长

中文的特点是重视形合,喜爱辞藻华丽,围绕中心意思周围的形容词、副词颇多。这种做法可以使得汉语使用人深刻体会到汉语的魅力,外围词对文本内容的渲染氛围,可以达到意想不到的艺术境界。但英语重意合,语言简洁简约,更加注重客观用词与句段之间的逻辑。译员翻译对外宣传文本时,应该做出相应的删减,以使得译文符合他国阅读习惯。但很多对外宣传文本中出现了众多细节对应的重复翻译,译员舍不得简删中文中的各种修饰语,导致译文汉化。如我国外宣文本中最常出现的词汇“努力造就……、大力加强……、大力发展……”等排比句中的修饰语,外表看起来各有不同,但表达的意思基本类似,造就、加强、发展可以根据语境直接翻译为 strength,而努力、大力等词可统一译为 vigorously,类似的例子很多,译员应该归类总结改进。对外宣传文本的读者不是中国人,文本的译文应该符合他们的阅读习惯和文化,这是翻译基本功中跨文化视角的翻译技巧。一个冗长的、不符合目标语言国阅读习惯的译本不能达到宣传我国形象的目的,甚至会给他国留下华而不实的印象。

3 外宣文本的语言特点、起草要点

语言是文化、思维的外在表象。汉语进化至今,语言优美,寓意悠长,诗词歌赋的艺术登峰造极。但是,对外宣传文本属于宣扬文化的文体,阅读对象的母语是与我国文化完全不同的,在起草对外宣传文本时就该考虑译语国

家的语言习惯。比如英语的语言特点讲究意合、简洁以及内在逻辑。这就需要在跨文化视角下,观察、调整目标语言和我国语言之间文化的异同,换位思考的去起草对外宣传文本。对外宣传文本简洁、概要,突出宣扬我国文化的强势之处即可。过多的形容词、副词以求过分渲染文本的华丽,会加大翻译的难度,因为不符合逻辑的译文会让译者看起来苦于下手,种种猜测之后,其踉踉跄跄的译文导致最终出具的译本达不到阅读对象的理解程度,自然无法宣扬我国的文化。所以,了解所要书写文体的类型、阅读对象,掌握我国语言的特点,合理选用词汇风格,尽量规避和目的语言国家文化的差异等,对于起草高效的对外宣传文本至关重要。

4 利用跨文化视角翻译外宣文本的策略

4.1 以跨文化的视角看待外宣文本的翻译

翻译不是汉语和外语的相互转换,不是母语和外语之间的简单迁移,而是译者利用自己的学识理解母语文化,总结要翻译的文章的逻辑、内涵,然后以外语的视角,用外语的文字描述出这种逻辑和内涵,以达到让他国理解我国文化的目的。由此可见,要做好对外宣传文本的翻译,译者不仅要了解本国文化,更是要了解译入语国家的政治文化、经济文化、宗教信仰、表达习惯等背景。拿到一份对外宣传文本之后,动笔翻译之前,译者需要做的就是去调查,调查文本中涉及的本国文化,文本的最终目的,调查译入语国家的读者及其国家文化背景、行业相关的信息。只有这样,才能在翻译前做到正确宏观的谋篇布局,翻译前的调查是做好外宣文本翻译的前提。缺乏跨文化的考量,仅将眼光局限在本国文化,或者对于译入语国家的文化没有认真了解、调查,那么译者居于两种文化之间的桥梁作用也就不存在,对外宣传文本的译文宣传我国文化作用就会大打折扣。

4.2 注意宣传国家的正面文化形象

对外宣传文件的翻译基本都是中译外,目标读者是外国人,而非中国人。对外宣传文本的翻译是将大量有关中国的信息翻译成外文,这种译文会通过各种媒介在全世界进行传播。所以,对外宣传文件具有鲜明的中国文化特色,是世界了解中国的一个窗口。翻译人员除了具有基本的翻译学识、提高翻译技巧、理论之外,还要有鲜明的是非观、政治观,某种程度上,译者的工作不仅仅是语言工作,而是在做文化交流的工作。

4.3 从微观的选词造句入手,提高翻译质量

中文写文章时,喜欢围绕核心信息添加众多的外围信息,即利用重复意思的形容词、副词渲染文章的主题。相

对而言,外语尤其世界通用性语言英语的特点是简洁,重视逻辑。依然要强调的是,对外宣传文件的读者是外国人,译者从两国文化、语言的差异入手,找出原文中的客观信息、核心信息,摒弃其中的冗余信息、主观信息,才有可能翻译出让读者易于接受的文章,起到传播原文信息的作用,为国家文化的输出做出贡献。在删减信息、入手翻译时,判断词性非常重要,需要深刻理解原文词语的角色、词法意义,谨慎选择译入语的词语。

4.4 对译文的反复斟酌、修改

严谨、完整的工作流程是一个译员应该具备的基本素质。翻译的最后工作是对翻译好的文本反复审视,以求接近完美。在审视自己译文的时候,译者要跳出原来的工作身份,要把自己当作读者,站在读者的国家文化的角度去阅读译文。查看译文中是否存在不符合读者阅读习惯、逻辑思维的地方,甚至要考虑是否有冒犯对方国家风俗文化、信仰的地方。其次,对外宣传文本代表的是一个国家的民俗、形象,译者应该站在中国人的角度去查看译文是否维护、宣扬我国的文化、形象,是否存在有损于国家形象的言辞、逻辑、结论。对译文进行最终自我审核,是因为在翻译的过程中,译者的身份是在中国人、外国人之间不断改变的,以跨越文化、沟通文化的视角完成译文。在这个角色不停的轮换过程中,难免自我设限,使得译文存在思维纰漏,最后对译文的复盘就是排除这些纰漏的最佳也是最后的时机,对思维的纰漏进行纠正让译文更加完美。

5 结语

对外宣传文本是一个国家对外宣传自我文化的窗口,是国家的名片。对外宣传文本的翻译质量,决定了外国人能否看到我国文化的优点,对于树立我国正面形象,宣传我国优秀文化具有重要的沟通意义。译员应该站在跨文化的视角下,站在对方即读者角度考虑对外宣传文件的翻译文本。日常工作中要注意提高自己的翻译素养,提高辨析不同文化之间差异的能力,大则包括理顺逻辑,全篇布局,小则包括选词用句。这样,才能实现译文的沟通文化的目标。

作者简介:唐国淞(1987—),男,云南曲靖人,硕士研究生,研究实习员,研究方向:越南国别研究。

项目:云南大学大学生创新训练项目校级课题《习近平中国特色词中越翻译策略研究——基于〈习近平谈治国理政〉(第一卷)中越双语平行语料库》(项目编号:202010673174)。

【参考文献】

- [1] 穆琳洁.跨文化视角下外宣翻译质量提升策略研究[J].九江职业技术学院学报, 2020(4): 82-84.
- [2] 曹晓晨.跨文化语用学视角下外宣翻译的问题与策略探究[J].海外英语, 2020(16): 77-78.
- [3] 荣寰.跨文化语用学视角下外宣翻译策略研究[J].科技传播, 2019, 11(12): 176-177.
- [4] 范善颖, 范善辉.跨文化语用学视角下的外宣翻译策略[J].校园英语, 2018(29): 238.